

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan salah satu informasi penting dalam menilai kinerja perusahaan. Dalam (Sembiring, 2005) CSR merupakan proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate social activity*) atau aktivitas sosial perusahaan. Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, namun secara faktual, kegiatannya mendekati konsep CSR yang mempresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan.

Praktek pengungkapan CSR kini telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Walaupun secara umum praktek CSR lebih banyak dilakukan oleh perusahaan tambang maupun manufaktur, namun seiring dengan adanya tren global akan praktek CSR, saat ini industri perbankan juga telah menyebutkan aspek tanggungjawab sosial dalam laporan tahunannya, walaupun masih dalam bentuk yang relatif sederhana. Pengungkapan tersebut tidak hanya dilakukan oleh perbankan konvensional namun juga dilakukan oleh perbankan syariah melalui *islamic social responsibility disclosure*.

Sejarah perkembangan pasar modal yang diawali sejak diterbitkannya reksa dana syariah oleh PT. Danareksa Investment Management pada 3 juli 1997. Pada 2 juli 2000, Bursa Efek Indonesia (BEI) bekerja sama dengan PT. Danareksa Investment Management dalam meluncurkan *Jakarta Islamic Index* dengan tujuan untuk memandu investor yang ingin menginvestasikan dananya secara syariah. Kemudian, pada tanggal 31 agustus 2007 BAPEPAM dan LK menerbitkan peraturan BAPEPAM dan LK Nomor II K.1 tentang kriteria dan penerbitan daftar efek syariah dan diikuti dengan peluncuran daftar efek syariah pertama kali oleh

BAPEPAM dan LK pada tanggal 12 September 2007. Perkembangan minat akan efek syariah tersebut yang pada akhirnya membuat PT Bursa Efek Indonesia (BEI) mulai tanggal 12 Mei 2011 meluncurkan indeks harga saham baru dengan nama Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Dengan berkembangnya tren positif perekonomian syariah inilah para investor melirik pengungkapan secara syariah sebagai bentuk inovasi perusahaan dalam meningkatkan kenyamanan investor dalam menanamkan modalnya sebab dengan pengungkapan secara syariah diharapkan laporan keuangan lebih transparan sehingga segala bentuk penyimpangan dapat dihindarkan.

Penelitian ini berusaha untuk menilai faktor – faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi CSR adalah ukuran perusahaan. Menurut Handayati dalam Nursiam dan Gemitasari (2013) menyebutkan bahwa Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin mendapat perhatian dari pasar maupun publik. Penelitian Barnas dkk (2016) dengan judul “*the effect of profitability and firm size to corporate social responsibility disclosure*” menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Namun penelitian lain yang dilakukan oleh Rindawati dan Asyik (2015) dengan judul “pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan publik terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)” menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan saat menjalankan operasinya. Sehingga dengan keuntungan yang baik diharapkan pengungkapan CSRnya pun akan baik. Penelitian Saputra (2016) yang berjudul “Pengaruh *leverage*, profitabilitas dan *size* terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* pada perusahaan di bursa efek Indonesia” menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun penelitian Dewi (2013) Dengan judul “Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di

BEI” menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor lain seperti likuiditas juga dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Sebab Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi akan lebih banyak melakukan pengungkapan sosial daripada perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang rendah. Tentu hal ini menjadi menarik melihat bagaimana perusahaan berusaha menghasilkan profit untuk keberlangsungan hidup organisasi dan juga mengungkapkan laporan tanggung jawabnya kepada *stakeholders*. Maiyarni dkk (2016) dengan judul “Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan LQ-45 yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2009-2012” memberikan hasil bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun penelitian Almiyanti (2014), Dengan judul “Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, likuiditas dan basis kepemilikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) periode tahun 2009-2012” menunjukkan hasil bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap tanggungjawab sosial perusahaan.

Faktor eksposur media juga dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang menyadari pentingnya pengungkapan CSR tentu akan memikirkan berbagai macam cara untuk memberikan informasi baik CSR tersebut kepada *stakeholder* dengan harapan bisa mempengaruhi keputusan investasi. Menurut Bansal (2015) dengan adanya eksposur media akan meningkatkan visibilitas perusahaan tersebut dan membuat perusahaan menjadi objek perhatian dan pengawasan publik. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menyajikan laporan tanggung jawab sosial sebagai bentuk pengabdian atas kepercayaan publik. Dengan mengkomunikasikan CSR melalui media, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan. Penelitian Alfarizi (2016) menunjukkan hasil bahwa eksposur media berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian Anggreni dan Budiasih (2016) menunjukkan hasil bahwa eksposur media berpengaruh terhadap reaksi investor melalui pengungkapan CSR.

Kinerja lingkungan merupakan faktor lain yang dapat mempengaruhi CSR. Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan dan memberikan kontribusi positif terhadap lingkungannya maka semakin besar pula pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Di Indonesia, kinerja lingkungan dapat diukur dengan menggunakan program penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan (PROPER). Program ini merupakan program unggulan Kementerian Lingkungan Hidup yang berupaya melakukan pengawasan dengan mekanisme *publik disclosure* yang memberikan intensif dan/atau disinsentif kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang diatur dalam peraturan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 5 Tahun 2011. Dasar hukum pelaksanaan PROPER adalah keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor: 127/MENLH/2002 tentang program penilaian kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan (PROPER).

Secara umum kinerja lingkungan menggunakan peringkat kinerja PROPER yang dibedakan menjadi lima warna yaitu emas, hijau, biru, merah dan hitam, dimana kriteria ketaatan digunakan untuk pemeringkatan biru, merah dan hitam, sedangkan kriteria penilaian aspek lebih dari yang dipersyaratkan adalah hijau dan emas. Penelitian Devita (2015) dengan judul “Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dimoderasi Oleh *Debt Equity Ratio* (DER)” menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan penelitian Octalia (2014) Menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap CSR.

Kantor Akuntan Publik sering digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR. Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu KAP *big four* dan KAP *non big four*. *The big four* merupakan kelompok empat firma jasa profesional dan akuntansi internasional terbesar yang menangani mayoritas pekerjaan audit. Afiliasi KAP *big four* yang ada di Indonesia adalah:

1. KAP Osman Bing Satrio – *Deloitte Touche Tohmatsu*
2. KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan – *Pricewaterhouse Coopers*
3. KAP Purwantono, Suherman & Sudja – *Ernst & Young*
4. KAP Siddharta dan Widjaja – *Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG)*

Perusahaan yang diaudit oleh *The Big Four* akan lebih cenderung mengungkapkan informasi sosial daripada perusahaan yang diaudit oleh KAP

biasa, yang artinya ukuran KAP *The Big Four* telah mengikuti standar internasional dalam melakukan prosedur audit. Penelitian Uyar *et al.* (2013) mengatakan bahwa ukuran KAP memiliki pengaruh terhadap CSR. Namun penelitian Octaviana dan Elma, (2014) mengatakan bahwa ukuran KAP tidak berpengaruh terhadap CSR.

Faktor agresivitas pajak juga dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan karena perusahaan beranggapan mereka memiliki dua beban yang sama yaitu beban pajak dan CSR. Perusahaan yang merupakan wajib pajak juga menganggap bahwa pajak merupakan beban yang akan mengurangi keuntungan perusahaan. Hal tersebut mendorong perusahaan untuk mencari cara mengurangi beban pajak. Oleh karena itu, sangat dimungkinkan perusahaan menjadi agresif dalam perpajakan. Namun di sisi lain, tindakan pajak agresif dapat berdampak buruk bagi perusahaan karena mengharuskan perusahaan untuk melaporkan laba yang lebih rendah. Perusahaan yang telah terbukti melakukan tindakan *agresivitas* pajak dapat bertindak sesuai dengan teori legitimasi dengan cara pengungkapan informasi CSR tambahan. Penelitian Plorensia dan Hardiningsih (2015) dengan judul “Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Eksplosure Terhadap *Corporate Social Responsibility*” menunjukkan hasil bahwa agresivitas pajak berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan penelitian Octaviana (2014), dengan judul “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility : Untuk Menguji Teori Legitimasi” menunjukkan hasil bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap CSR.

Selain adanya *research gap* diantara para peneliti diatas, peneliti menilai bahwa sejauh kehadiran CSR diindonesia mulai tahun 1980-an hingga saat ini, masih terdapat banyak kekurangan dalam pelaksanaannya. Hal ini disebabkan karena motivasi pengungkapan CSR di Indonesia hanya untuk mencari popularitas semata dan untuk menjaga reputasi baik bagi pemegang saham. Selain itu dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang kewajiban Perseroan Terbatas, perusahaan dinilai hanya sekedar mematuhi peraturan pemerintah tersebut. Menurut Kolter dan Lee, 2005 dalam Kamil dan Herusetya, (2012) menjelaskan begitu banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan melakukan kegiatan CSR antara lain : produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan semakin diminati oleh investor karena perusahaan

dinilai mendukung keseimbangan ekosistem, meningkatkan penjualan dan *market share*, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memotivasi dan mempertahankan karyawan dan mengurangi biaya operasi. Namun dengan banyaknya manfaat pengungkapan CSR yang telah dikemukakan diatas, hal tersebut belum menjamin bahwa perusahaan akan melakukan CSR dengan kerelaan dan tanggung jawab yang sebenarnya.

Peneliti berharap bahwa pengungkapan CSR yang diukur dengan pendekatan syariah lebih memberikan hasil positif dalam mempengaruhi perusahaan untuk lebih menunjukkan eksistensinya dalam memberikan kontribusi terhadap kesenjangan sosial, kemiskinan, bencana alam dan lain sebagainya serta menyadari bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial bagi *stakeholder* merupakan nyawa organisasi dalam menyelaraskan aktivitas bisnisnya dengan lingkungan sekitar agar tidak terjadi kerusakan yang berakibat fatal bagi kelangsungan hidup manusia.

Selain itu, hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan kesadaran moral bahwa sesungguhnya alam raya ini merupakan titipan Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang harus dijaga dan dilestarikan serta dapat memberikan keadilan sebesar besarnya kepada seluruh makhluk yang ada dimuka bumi ini. Oleh karena itu, nilai-nilai syariah yang ditawarkan dalam ruang lingkup perekonomian syariah yang berkembang saat ini diharapkan dapat memberikan stimulus dan bahan pertimbangan utama bagi perusahaan untuk lebih bijaksana dalam melakukan aktivitas bisnisnya.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini akan dilakukan indentifikasi masalah melalui pertanyaan sebagai berikut.

1. Apakah Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
3. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

4. Apakah Eksposur media berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
5. Apakah Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
6. Apakah Kantor Akuntan Publik berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
7. Apakah Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memberikan bukti empiris tentang berbagai faktor yang mempengaruhi *Corporate social responsibility disclosure*. Variabel-variabel dikemukakan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pengungkapan sukarela perusahaan serta meningkatkan kepedulian perusahaan terhadap berbagai kerusakan alam yang terjadi dan mulai menyadari pentingnya keseimbangan alam demi terciptanya lingkungan perusahaan yang bersinergi dengan alam sekitar. Dilain pihak, banyak pula variabel lain yang dapat mempengaruhi *Corporate social responsibility disclosure*. hal ini disebabkan karena cakupan indikator yang terus berkembang sebagai implikasi dari strategi perusahaan yang inovatif dan aktivitas perusahaan yang berfluktuatif.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yang berkepentingan. Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi :

- a. **Bagi Akademisi dan Perguruan Tinggi**, Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk mengetahui variabel-variabel apa saja yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility, serta dapat memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu khususnya di bidang akuntansi.

- b. Bagi Pemerintah,** Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman serta acuan kinerja pemerintah dalam menentukan kebijakan dan standar dalam mengatur praktik dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak yang menggunakan informasi penelitian ini seperti :

- a. Bagi Perusahaan,** Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi perusahaan-perusahaan dalam melakukan pertimbangan dan pengambilan keputusan yang terkait dengan tanggung jawab perusahaan dalam memberikan transparansi kepada para *stakeholder* terkait masalah lingkungan sosial.
- b. Bagi Stakeholders,** Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada para pemangku kepentingan dalam menilai kinerja perusahaan terkait dengan aktivitas operasinya.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I	PENDAHULUAN, bab ini menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA, bab ini menguraikan landasan teori, penelitian terdahulu serta rerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis.
BAB III	METODE PENELITIAN, bab ini menguraikan jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisis data.
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS, bab ini menguraikan hasil pengumpulan data, analisis statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, pengujian hipotesis serta pembahasan.
BAB V	PENUTUP, bab ini menguraikan kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran.